

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**  
**SEDE QUITO**

**CARRERA:**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:**

**Licenciada en comunicación social**

**Tema:**

**EL DISCURSO ELECTORAL DE JORGE YUNDA COMO CANDIDATO A LA**  
**ALCALDÍA DE QUITO**

**AUTORA**

**ANGÉLICA SUSANA ROBALINO VILLAGÓMEZ**

**TUTOR:**

**ROBERTO MIGUEL SANCHEZ MONTOYA**

**Quito, febrero 2020**

## **DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTOR/A**

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el Artículo Académico EL DISCURSO ELECTORAL DE JORGE YUNDA COMO CANDIDATO A LA ALCALDÍA DE QUITO realizado por Angélica Susana Robalino Villagómez, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, febrero de 2020



Roberto Miguel Sanchez Montoya

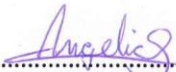
1756289151

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Yo, Angélica Susana Robalino Villagómez con documento de identificación N°1720072188, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del trabajo de grado de titulación: "EL DISCURSO ELECTORAL DE JORGE YUNDA COMO CANDIDATO A LA ALCADÍA DE QUITO", mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Comunicación Social en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, febrero 2020



Angélica Susana Robalino Villagómez

1720072188

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación lo dedico en primer lugar a Dios, por guiarme en cada camino de mi corta vida, a mis padres el señor Ángel Robalino y la señora Susana Villagómez, ya que con su amor y esfuerzo he llegado a culminar esta etapa de vida. A mis hermanos Mauricio, Patricio, y Nancy, por brindarme sus consejos. A mis queridos sobrinos Camila, María José, y Mauricio Sebastián, por llenar mis días de colores. Por último, pero no menos importante a la familia que uno escoge, mis grandes amigos, gracias por toda su comprensión.

Un agradecimiento muy especial a la Lic. Amelia Carrillo, al Dr. Santiago Salazar, y al Lic. Byron Delgado, por aportar significativamente información en este trabajo de grado.

¡Gracias familia y amigos ¡

## Índice

<b>Introducción.....</b>	<b>9</b>
<b>Objetivo General .....</b>	<b>12</b>
<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>12</b>
<b>Justificación .....</b>	<b>13</b>
<b>Aproximación teórica.....</b>	<b>14</b>
<b>Metodología.....</b>	<b>17</b>
<b>Tipo de investigación.....</b>	<b>17</b>
<b>Enfoque .....</b>	<b>17</b>
<b>Método.....</b>	<b>18</b>
<b>Herramientas .....</b>	<b>19</b>
<b>Resultados .....</b>	<b>22</b>
<b>Partidos políticos .....</b>	<b>22</b>
<b>Seguridad .....</b>	<b>24</b>
<b>Movilidad .....</b>	<b>25</b>
<b>Manejo de desechos y /o reciclaje .....</b>	<b>26</b>
<b>Corporación Canela .....</b>	<b>27</b>
<b>Campaña electoral.....</b>	<b>30</b>
<b>Análisis de diferencias.....</b>	<b>32</b>
<b>Cuadro de diferencias .....</b>	<b>32</b>
<b>Características .....</b>	<b>34</b>
<b>Conclusión.....</b>	<b>37</b>

<b>Referencias .....</b>	<b>40</b>
--------------------------	-----------

## Índice de Tablas

Tabla 1. Yunda habla sobre los partidos políticos .....	22
Tabla 2. Yunda habla sobre la seguridad .....	24
Tabla 3. Yunda habla sobre el tema de movilidad .....	25
Tabla 4. Yunda habla sobre el Manejo de desechos y /o reciclaje.....	26
Tabla 5. Yunda habla sobre el tema de Frecuencias (Corporación Canela) .....	27
Tabla 6. Yunda habla sobre el tema Debates y /o diálogos con otros candidatos.....	29
Tabla 7. Yunda habla sobre su campaña electoral .....	30
Tabla 8. Yunda habla sobre sobre el tema de fauna.....	31
Tabla 9. Partidos políticos de los tres candidatos más populares.....	32
Tabla 10. Los candidatos más populares hablan sobre seguridad .....	33
Tabla 11. Los candidatos más populares hablan sobre movilidad .....	33
Tabla 12. Los candidatos más populares hablan sobre el Manejo de desechos y /o reciclaje	34
Tabla 13. Los candidatos más populares hablan sobre la fauna.....	34

## **Resumen**

Para la presente investigación tendremos como objetivo analizar el discurso de Jorge Yunda, como candidato a la alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito. Como idea central se revisará el discurso que adopta el candidato en entrevistas de diferentes medios de comunicación. La pregunta de investigación es la siguiente: ¿Cuáles son las diferencias del discurso político de Jorge Yunda, frente a los diferentes medios de comunicación, en la campaña electoral para alcaldía de Quito en el periodo 2019-2023?

La investigación se centrará en tres espacios de entrevistas a políticos en formato audiovisual los cuales son: Gamavisión en el programa “Desde la Plaza” con Rommel Garzón, Teleamazonas en el segmento “Conozca a su candidato” con Gisella Bayona, y el programa transmitido por la plataforma de videos en línea YouTube “Castigo Divido” con Luis Eduardo Vivanco. Estos tres espacios de entrevistas políticas son de gran relevancia para la sociedad quiteña.

El presente documento, analiza las similitudes, diferencias y características relevantes que existe en cada una de estas tres entrevistas. De esta manera identificara los patrones de discurso que utiliza Jorge Yunda en su campaña electoral para la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito, en el periodo 2019-2023.

**Palabras clave:** Jorge Yunda, entrevistas, análisis del discurso, campaña electoral, medios de comunicación.

## **Abstract**

The investigation's objective is to analyze Jorge Yunda's discourse on his campaign to the Metropolitan District of Quito Mayoral race. The central idea will revise the discourse that the candidate adopts when interviewed by the different news media. The investigation questions is: What are the differences shown by Jorge Yunda's discourse when facing the different media on his Mayoral electoral campaign.

The investigation will focus on 3 audiovisual political interview spots. Gamavision on its program: "Desde la Plaza" hosted by Rommel Garzon, Teleamazonas on its segment: "Conozca a su candidato" hosted by Gisella Bayona, and the Youtube channel: "Castigo Divino" hosted by Eduardo Vivanco. These 3 programs are greatly relevant to the "quitena society".

This document analyzes the similarities, differences, and relevant characteristics existing in each one of these interviews. That way, Jorge Yunda's speech patterns are identified on his electoral campaign for the Mayoral office during the 2019-2023 period.

**Keywords:** Jorge Yunda, Interviews, Speech analysis, electoral campaign, media.



## **Introducción**

El siguiente artículo académico intenta ser una contribución al campo de la comunicación política y al desarrollo del discurso electoral que define al candidato para la Alcaldía de Quito Jorge Yunda Machado.

La comunicación política opera fundamentalmente en tres aspectos importantes los cuales son: partidos políticos, medios de comunicación y ciudadanos. Por lo tanto el espacio de la comunicación política no es un simple derivado de alguno de esos tres actores que conviven en él, sino que es producto de las interacciones entre ellos y de la de la caracterización de los partidos políticos en los medios de comunicación. (López, 2017)

Ante esto las tiendas políticas o partidos políticos tienen un mismo fin que es el tratar de movilizar al electorado buscando generar constantemente mensajes que ofrecer a los medios de comunicación. Estos partidos políticos han adaptado sus estrategias, sus mensajes y sus candidaturas a un ambiente comunicativo caracterizado por la multiplicación de los medios de comunicación, su diversificación y adaptación a escenarios variados (López, 2017).

Por ello podemos decir que el discurso de campaña es un mensaje conformado por recomendaciones implícitas dirigidas a los votantes de manera intencional, con el objeto de persuadirlos de que voten por esa opción política. Esto quiere decir que el candidato busca tener un control completo de dichos mensajes considerando tener una ventaja insoslayable, frente a otros tipos de exposiciones, tales como los debates y la cobertura mediática de las campañas. Sobre todo, tomando en cuenta que la progresiva imbricación entre los mensajes de los candidatos y la lógica informativa ha devenido en un tipo de cobertura dominada por información relativa a los gastos dispensados, a quién aventaja en las encuestas o qué aspirante responde y/o se defiende de alguna acusación de su oponente (Aruguete & Riorda, 2016).

Por lo tanto el discurso busca incidir, generalmente, en las intenciones, los planes, el conocimiento, las opiniones, las actitudes y las ideologías del destinatario así como en sus acciones consiguientes. El poder social también puede ser localmente representado por las propias características del discurso de grupos poderosos (Van-Dijk, 2016)

El aspirante político debe tener en cuenta al destinatario de sus discursos, en este caso los cuidados de la ciudad de Quito, ya que es la ciudadanía que elige al candidato que los va a representar como Alcalde la capital. Esta capacidad decisoria que posee el aspirante hace que se convierta en el centro de atención de las estrategias persuasivas del discurso político (Messina, 2016)

En la política y su lenguaje se debe considerar el contexto histórico que esta ha marcado en el transcurso de los años, en este caso tomando en cuenta que fue el primer burgo maestro de la capital de los ecuatorianos.

Históricamente, en 1946, el cabildo Quiteño, pasó a convertirse en Distrito Metropolitano de Quito, liderado por primera vez con su alcalde Jacinto Jijón y Caamaño. A partir de dicha época cada cuatro años democráticamente los quiteños y quiteñas, han elegido a la persona que lidera el cabildo. Pasando por aproximadamente veinte y dos Alcaldes a lo largo de la historia (El Comercio, S/F).

En la actualidad las últimas elecciones seccionales ocurrieron el 24 de marzo de 2019. En la ciudad de Quito se contó con 18 candidatos<sup>1</sup> que disputaron la alcaldía, de los cuales siete contaron con mayores probabilidades de ganar, los cuales son:

---

<sup>1</sup> Los candidatos con menor votación fueron: José María Eddie Vásquez Castro con el partido político “Acción Democrática Ecuatoriana” (GK, 2019). Marlon Andrés Pasquel Espín con el partido político “Avanza” (GK, 2019). Carlos Edmundo Sevilla Dalgo con el partido político “Libertad es Pueblo” (GK, 2019). Byron Andrés Benavides Ponce con el partido político “Sociedad Patriótica” (GK, 2019). Édgar Francisco Jácome Tipán con el partido político “Adelante Ecuatoriano Adelante” (GK, 2019). Luis Xavier Buendía Venegas con el partido político

- César Montúfar Mancheno con el partido político “Concertación Nacional” (GK, 2019).
- Juan Carlos Holguín Maldonado con el partido político “Creo” (GK, 2019).
- Juan Carlos Solines Moreno con el partido político “Juntos Podemos” (GK, 2019).
- Luisa Hermelinda Maldonado Morocho con el partido político “Fuerza Compromiso Social” (GK, 2019).
- Paco Rosendo Moncayo Gallegos con el partido político “ID/Vive/Democracia Sí” (GK, 2019).
- Jorge Homero Yunda Machado con el partido político “Unión Ecuatoriana” (GK, 2019).
- Paola Vintimilla Moscoso con el partido político “Partido Social Cristiano” (GK, 2019).

Entre los candidato encontramos a Jorge Homero Yunda Machado, de 53 años de edad. El cual es titulado como Doctor en Medicina y Cirugía, por la Universidad Central del Ecuador. Pero su principal actividad laboral es la radiodifusión:

Fue Presidente del Consejo Nacional de Radio y Televisión, Cornatel, entre 2007 y 2009. En 2017 fue electo como asambleísta por el movimiento Alianza País y ocupó su cargo hasta finales de 2018 cuando renunció para postular su candidatura a la Alcaldía de Quito (GK, 2019).

---

“Centro Democrático” (GK, 2019). María Sol Corral Zambrano con el partido político “Partido Socialista y Ecuatoriano Unido” (GK, 2019). Olivio Cruz Sarzosa Madril con el partido político “Justicia Social” (GK, 2019). Darwin Patricio Guayaquil Cortéz con el partido político “Movimiento Todos” (GK, 2019). Víctor Hugo Erazo Rodríguez con el partido político “Fuerza Ecuador”. (GK, 2019). Lenin Pablo Dávalos Aguilar con el partido político “Pachakutik” (GK, 2019).

Entre sus propuestas más relevantes y destacadas tenemos: Soluciones para erradicar la inseguridad en la ciudad, gestión para mejorar las calles, el tema de la insalubridad de Quito por la basura, horarios de movilidad de transporte público, y apoyo a temas culturales de la ciudad (Yunda, 2019).

A diferencia de la mayoría de candidatos, Jorge Yunda Machado, ha pasado por dos partidos políticos siendo estos “Alianza País” y “Unión Ecuatoriana”.

El propósito de la presente investigación es realizar un análisis del discurso, en el cual se podrá evidenciar las principales características del discurso político del candidato Jorge Yunda, en los diferentes medios de comunicación audiovisuales. Es importante identificar las similitudes, diferencias y características que el candidato toma en cada una de estas tres entrevistas. La pregunta de investigación que guía este trabajo es:

¿Cuáles fueron las diferencias del discurso político de Jorge Yunda, frente a los diferentes medios de comunicación, en la campaña electoral para alcaldía de Quito en el periodo 2019-2023?

### **Objetivo General**

Analizar las entrevistas en los distintos medios de comunicación audiovisuales, con el fin de identificar los patrones de discurso que utiliza Jorge Yunda en su campaña electoral para la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito, en el periodo 2019-2023.

### **Objetivos específicos**

- Identificar los medios de comunicación y programas audiovisuales que servirán para analizar el discurso de dicho candidato.
- Elaborar una matriz de análisis del discurso, que nos permita establecer diferencias del discurso electoral, que Jorge Yunda utilizó en cada una de las entrevistas y frente a otros candidatos.

- Establecer las características principales del discurso del candidato Jorge Yunda.

### **Justificación**

Este artículo de investigación destaca el interés del discurso dentro de la política, considerando que la comunicación es una práctica concurrente dentro de la política, con el objetivo de conservar una ideología aceptada dentro de la sociedad, atrás de un diálogo político en el cual existen estrategias que son establecidas netamente por el poder. En este caso se explica como el discurso del candidato a la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito Jorge Yunda, es controlador de temas sociales de importancia.

El trabajo debe establecer, determinar y explicar cómo el discurso complementa el accionar político de un candidato y como este accionar complementa las estrategias políticas comunicacionales para mostrar su ideología ante el público, tomando en cuenta diversos autores que destacan el análisis del discurso político. Teniendo como objetivo entender cómo se utiliza la palabra para instituir contextos positivos de gran ventaja.

## **Aproximación teórica**

Históricamente la comunicación ha ido cambiando, transformando y avanzando conforme el progreso de la sociedad. Dichos avances y transformaciones se pueden evidenciar en el transcurso de los años. En la actualidad la multitud tiene varias formas de intervenir significativamente. Estos significados poseen un gran dominio en la ciudadanía, al momento de percibir la vida cotidiana social (Entonado, 2001).

A la comunicación se la puede entender generalmente como la interacción entre seres vivos, los cuales se adaptan y acoplan a su distinta forma de sociedad en donde se desarrollan. Esta forma de adaptación, se da gracias a la transmisión de mensajes de los individuos a un emisor. Asimismo se ha permitido a la comunicación como un adecuado sistema de transmisión informativa, entre individuos sociales, físicos o de una ciudadanía, a través de difusión masiva (Espina, 2004).

El discurso juega un rol muy transcendental en la administración de los mensajes expresados en los medios masivos, haciendo que este sea una herramienta diversa y compleja. Diversa por la sucesión de reglas y normas gramaticales, las cuales se adaptan a un rol sociocultural, colocando a las personas en la construcción de discursos, los mismo que pueden asumir formas esenciales o elementales, hasta los compendios lingüísticos en su máxima expresión (Malmberg, 2003) Las personas acceden al discurso y el discurso accede a ellas. En un análisis del discurso podemos decir que la “teorización acerca del modo en que las estructuras y los grupos sociales, las

relaciones de poder y las coacciones organizacionales dan forma al discurso y, al, propio tiempo, son configurados por este” (Gialdino, 1998, pág. 15).

El análisis del discurso político y social es

Capaz de mostrar cómo la dominación y la desigualdad son representantes, constituidas y reproducidas por las diversas formas que asumen los textos orales y escritos en la sociedad (...) y muestra el discurso de la élite y su poder persuasivo en la construcción de consenso y de la hegemonía ideológica (Gialdino, 1998, pág. 15).

Es preciso comprender la importancia de la comunicación como un poder en la política, y como sus estrategias llegan a un emisor, que en este caso será la población de la capital de los ecuatorianos. Se realizará un análisis del discurso político de Jorge Yunda, el cual tiene un alto grado de aceptación en el centro, sur y parroquias de Quito, pero es criticado por el norte de la misma ciudad. Por ejemplo en el sector de “Chillo Gallo” sur la capital, el mencionado candidato tenía el 40% a su favor, mientras que en “El Inca”, al norte de tenía solamente el 10%, y en caso de parroquias de Quito, su porcentaje alcanzaba el 30% (S/N, 2019).

Íntimamente dentro de la política existen altercados, divisiones por las ideologías distintas de cada candidato, y los medios de comunicación juegan un rol importante en la reproducción de los diferentes puntos de vista. En este caso se trabajó con los siguientes medios de comunicación: “Gamavisión”, “Teleamazonas” y “La Posta”, los cuales cumplen un papel protagónico. Es por esta razón que ha sido fundamental el control de la noticia, ya que establece la ideología y conducta de una persona política en medio masivo, “Cuando la representación política es situada por la representatividad de los políticos, los *mass medias* adquieren un poder nuevo no solo como escenario de dicha representatividad y el principal modo de producirla, sino también ejerciendo su propio poder representativo” (Parga, 2009, pág. 42).

Como expone el autor, la televisión cumple con el protagonismo en la política, ya que controla netamente el mensaje:

Ha transformado un canal en un orden, supervisa mensajes y el modo de hablar, constantemente es una lucha de poderes donde los medios de comunicación participan

en fuerzas políticas de la sociedad, es tanto que el poder que hoy día los medios ejercen un poder mayor a los medios de producción, por ende tienen más impacto dentro de la política nacional (Parga, 2009, pág. 60)

En un marco de discurso y poder, cuando se maneja un lenguaje dentro de un contexto, va a tener como objetivo un propósito comunicacional con el fin de manejar dicho contexto positivamente o negativamente, según convenga al *mass media*. Esta acción puede establecer intenciones. “En el discurso existe manipulación y con ello el poder se hace notar, independiente de lo que se diga es condicionar con las palabras por medio del convencimiento” (Dijk, 2009).

Cabe recalcar que existen dimensiones del dominio...donde los grupos dominantes legitiman el abuso de poder, las estrategias de acceso definen el control en el discurso (...) es controlar desde la preparación hasta los temas y quien puede participar, prácticamente es una autorización mediante un control punto por punto (Dijk, 2009, pág. 21).

Los *mass media* toman un papel esencial dentro de la información y entendimiento de un análisis del discurso político, pero la información que se manipula dentro de los medios masivos no se toma como un discurso político como tal, sino como un discurso mediático de una persona que es pública y que mediante el pueblo obtiene poder.

Visto desde el discurso como un poder dentro de la política, engloba no solo quien habla, sino es un conjunto que están las masas, de igual manera siempre se involucra lo social, cultural, lo económico, así mismo existen categorías que sirven para determinar la política y su contexto (Dijk, 1999, pág. 42).



## **Metodología**

### **Tipo de investigación**

La presente investigación pertenece al tipo cualitativo, ya que se analizó como la comunicación y la política, se entrelazan entre sí, con el objetivo de aplicar un mensaje de persuasión a la ciudadanía. El nivel ideológico de un análisis de discurso, permite entender un contexto histórico y sociopolítico coyuntural que está atravesando la ciudad de Quito. Se propone relacionar los estilos y estrategias del candidato determinando un rol dentro del contexto. Este tipo de investigación se adscribe a la línea de investigación: Comunicación, Política y Ciudadanía.

### **Enfoque**

El trabajo muestra una investigación mixta, sobre el análisis del discurso del candidato, el cual se orienta en ejecutar argumentos estructurales sobre la situación real del establecimiento de los medios de comunicación. Una investigación del análisis del discurso en donde se podrá evidenciar, el dominio, las desigualdades y los modos de poder, en un contexto político- social de la entrevista realizada.

“Lo que la apariencia constituye nada más que narraciones, para saber lo que acontece son, desde otro punto de vista, discursos ideológicos y muchas veces míticos que nos tratan de persuadir con una retórica trabajada, con cuidado consciente o inconsciente; ¿cómo podemos mirar más allá del discurso del poder para estudiar la manera como se nos convence y como se nos manipula?, ¿qué perspectiva teórica es la más útil para analizar, de manera sistemática, la narrativa del poder?” (Guevarra, 2010, pág. 6).

## **Método**

Es una investigación en donde el significado de las palabras es imputado a las expresiones, es un análisis sobre la relación entre discurso y la sociedad, conjeturando que el discurso no solo es una práctica, sino además una forma de interacción básica dentro de un grupo social.

Es por esta razón que el método de investigación a utilizar será el inductivo, ya que este método busca y plantea el razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin. Puede observarse que la inducción es un resultado lógico y metodológico de la aplicación del método comparativo. Mediante este método se observa, estudia y conoce las características genéricas o comunes que se reflejan en un conjunto de realidades para elaborar una propuesta o ley científica de índole general (Abreu, 2014).

Es importante mencionar que el análisis del discurso político puede estudiarse en términos de los procesos cognitivos, concretos de su producción y comprensión por los usuarios del lenguaje, en donde el discurso también es un fenómeno práctico, social y cultural. (Dijk, 2000, pág. 11).

Estos reconocidos proyectos audiovisuales han sido escogidos, porque son de gran relevancia para la sociedad Quiteña. Cabe recalcar que los periodistas que realizan dichas entrevistas, tienen un gran impacto de popularidad con los ciudadanos de Quito.

Por lo tanto es preciso que la ciudadanía quiteña conozca a cada uno de ellos, ya que es uno quien los va a representar. El análisis del discurso es una pericia multidisciplinaria, la cual permite traducir las ideas a un factor cualitativo, “teniendo en cuenta que el objetivo primario de éste método, es la representación rigurosa del conjunto de los mensajes de análisis” (Molina, 2016, pág. 36).

## **Herramientas**

Como herramienta metodológica se utilizó como referencia a la investigación documental, teniendo en cuenta:

Primera instancia se utilizó las bibliotecas virtuales de la Universidad Politécnica Salesiana, (e-libro, e- ebrary, summon, google académico).

Como segundo punto se va a realizar una matriz con categorías de análisis. En esta matriz se podrá encontrar los temas que utiliza Jorge Yunda en las diferentes entrevistas. Es decir, una vez revisadas las entrevistas se procederá a ubicar los temas tratados con mayor frecuencia o intensidad. Para ello, se localizó los temas más similares tratados en estas entrevistas o las repuestas similares que brinda el candidato.

Se ubicaron archivos del programa, segmento y espacio de entrevista para proceder al análisis. Los archivos se encuentran en la red social de videos YouTube, específicamente en los canales de Gamavisión, Teleamazonas, y Castigo Divino.

Segmento “Conozca a su Candidato” en Teleamazonas con Gisella Bayona:

<https://www.youtube.com/watch?v=iySy9p-IHEg&t=915s>

Programa “Desde la Plaza” en Gamavisión con Rommel Garzón<sup>2</sup>:

<https://www.youtube.com/watch?v=iNxDbV5X1U&t=16s>

Programa “Castigo Divino” en YouTube con Luis Eduardo Vivanco:

<https://www.youtube.com/watch?v=I3YSRitARbQ&t=2244s>

---

<sup>2</sup> La entrevista a Jorge Yunda en el espacio “Desde la Plaza” fue solicitada a Gamavisión y se tiene una copia de la misma en CD.

En el caso del programa “Desde la Plaza de Gamavisión” y el segmento “Conozca a su candidato de Teleamazonas”, fueron diseñados para que la ciudadanía se informe sobre las propuestas de cada uno de los candidatos a la Alcaldía del cabildo.

En el caso del programa “Castigo Divido “, está diseñado para conocer a los personajes de la política nacional. En este caso, se realizó entrevistas a los candidatos para la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito.

También se realizará un cuadro de diferencias discursivas de las propuestas que realiza Yunda en comparación con las propuestas de tres candidatos más populares que se disputaron la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito los cuales son: Luisa Maldonado, Paco Moncayo y César Montúfar (Consejo Nacional Electoral, 2019).

Analizar las diferencias y similitudes implica remitirnos a la teoría posestructuralista del discurso a través de autores como Ernesto Laclau y Chantal Mouffe. En este marco se ha escrito sobre la potencialidad de la teoría por la potencialidad de la lógica de la diferencia y su capacidad articuladora del discurso y como se puede emplear esa teoría en los estudios de comunicación (Aguiar Mariño & Sánchez Montoya, 2018).

...cualquier particularidad para acceder a la significación, debe establecer una frontera que marque diferencias antagónicas frente a otra unidad significativa. Constituir una frontera es la única forma que tiene una particularidad para diferenciarse de otra unidad que haya alcanzado previamente cierta centralidad. (Aguiar Mariño & Sánchez Montoya, 2018, pág. 619)

Estos temas son tratados porque son de gran relevancia para el candidato, e importancia social para todas las personas que residen en la capital de los ecuatorianos y en general. Para este escrito es importante las similitudes en el discurso del candidato en los medios y diferencias

de Jorge Yunda con respecto a los tres candidatos que lo secuenciaron. Estos dos planteamientos son importantes ya que:

El discurso político se refiere a los valores básicos encontrados en ellos, así como a los acontecimientos y promesas narradas, que también son objetos expresivos de socialización (significado, fuerza, y efectos de expresiones). Es decir, la interacción entre lo que pasa en la mente del líder en este caso de Jorge Yunda, cuando articula y combina, básicamente en términos fonéticos, nociones representadas por palabras con un significado y una referencia, o bien cuando, dada alguna intención, control, y propósito, se busca modificar la situación de los interlocutores: afirmando, refutando, justificando, explicando; y, finalmente, cuando la enunciación, dado un contexto, puede servir para fines más lejanos, al tratar de cambiar el comportamiento de los receptores (Ascanio, S/F, pág. 11).

## **Resultados**

Luego de escuchar todas las entrevistas que se programaron revisar se ubicaron los siguientes temas o categorías. Los temas problemáticos de la ciudad los cuales son: seguridad, movilidad, manejo de desechos y/o reciclaje, debates y/o diálogos con otros candidatos, fauna, y temas correspondientes netamente al candidato como empresario, en este último nos referimos al tema las frecuencias de la “Corporación Canela”, también su salto en diferentes partidos políticos, y su campaña electoral.

### **Partidos políticos**

Sobre su participación en partidos políticos Yunda comenta que para obtener cualquier dignidad política en el país, es necesario ser auspiciado por cualquier partido político. Por esta razón afirma que él nunca ha sido afiliado a ningún partido político (Yunda, Desde la Plaza, 2019).

Además afirma el aspirante que si fuese por inspiración propia, tomaría a algunos ciudadanos y se dirigiera al Consejo Nacional Electoral a inscribir su candidatura, pero la ley exige que cada candidato tenga un auspicio. Yunda ratifica que no es afiliado a ningún partido político. Y explica su candidatura hacia la Asamblea Nacional. Recalca que la Lista 19 “Unión Ecuatoriana”, es una tienda política que no le ha condicionado en nada. Además afirma que no se siente una persona ingrata, al lanzarse como candidato en diferentes partidos políticos. Yunda también comenta que se encuentra como candidato, renunciando a su privacidad, a su tranquilidad, y renunciando a su productividad como empresario (Yunda, Conozca a su Candidato, 2019).

*Tabla 1. Yunda habla sobre los partidos políticos*

Medio de Comunicación	Tema: Partidos Políticos
Gamavisión programa “Desde la Plaza”	<p>“Ante los partidos Políticos el candidato responde que, para obtener cualquier dignidad política en el país, es necesario ser auspiciado por un partido político. Nos comenta que nunca ha sido afiliado a ningún partido político. Y si fuese por él se iría a inscribir solo con la ciudadanía que lo sigue”.</p> <p>(Yunda, Desde la Plaza, 2019)</p>
Teleamazonas segmento “Conozca a su candidato”	<p>“Si fuese por Jorge Yunda, tomaría a un poco de ciudadanos y se dirigiera al Consejo Nacional Electoral a inscribir su candidatura, pero la ley exige que cada candidato tenga el auspicio una Tienda Política. Yunda ratifica que no he es afiliado a ningún partido político. Cuando lo invitaron hacer candidato a la Asamblea Nacional, obtuvo la satisfacción de ser Asambleísta y fue el que más proyectos de ley presento. Luego los problemas de conocimiento general que sucedió con el partido político Alianza País, le dio la oportunidad de ser candidato a alcalde con la lista 19. Recalca que la Lista 19 “Unión Ecuatoriana”, es una tienda política que no le ha condicionado en nada. No tiene por qué repartir cuotas políticas, o acomodar familia, militantes en puestos del Municipio. En su lista de concejales no tiene compadres ni parientes. Existen profesionales que tienen el título de cuarto nivel. No se siente traidor, al lanzarse como candidato en diferentes partidos políticos, ya que el traidor es aquel que utiliza los fondos del pueblo ecuatoriano con un objetivo personal.</p> <p>Yunda también informa que se encuentra ahí, renunciando a su privacidad, a su tranquilidad, renunciando a su productividad, ya que como empresario dependen de él 400 familias”.</p> <p>(Yunda, Conozca a su Candidato, 2019)</p>
YouTube programa “Castigo Divino”	<p>“El partido político “Izquierda democrática”, propuso a Jorge Yunda, ser candidato por su lista antes que al general Paco Moncayo.</p> <p>Sin embargo la lista 19 le permitió al candidato formar su propia lista de concejales. En esta lista no se va a encontrar familiares de Yunda ni apadrinados. La gran mayoría del equipo de trabajo son titulados de cuarto nivel y son excelentes seres humanos. A parte de que esta lista es nueva, al candidato no se le condicione en nada.</p> <p>En el caso de del partido político “Alianza País”, que lo llevó a ganar como Asambleísta por el centro sur de Quito. El candidato comenta que cuando lo invitaron a formar este parte de este partido político aún no se conocía las irregularidades el ex vicepresidente Jorge Glass.</p> <p>Aclara también que fue el asambleísta que más proyectos de ley presento.”</p> <p>(Yunda, Castigo Divino, 2019)</p>

Nota: Elaboración propia.

## Seguridad

En primera instancia, el candidato informa que debe existir un manejo de trabajo sobre la inseguridad conformado por el Alcalde, Ministerio del Interior y la Policía Nacional para enfrentar dicha problemática (Yunda, Desde la Plaza, 2019).

Además habla de cifras alarmantes sobre denuncias de asalto agravado y que la mitad de dichas denuncias son con arma de fuego (Yunda, Conozca a su Candidato, 2019).

Ante esta problemática Jorge Yunda, propone erradicar la inseguridad con cámaras en la capital, las cuales grabarán de diferentes ángulos y codificarán a la persona que está cometiendo cualquier tipo de crimen. Además habla sobre los organismos de control y como estos pueden ayudar a erradicar la inseguridad en la Capital (Yunda, Castigo Divino, 2019).

*Tabla 2. Yunda habla sobre la seguridad*

Medio de Comunicación	Tema :Seguridad
Gamavisión programa “ Desde la Plaza”	Comenta que “en primera instancia, si le compete al Alcalde que su ciudad esté más segura, y que propone unirse con el Ministerio del Interior y la Policía Nacional para enfrentar dicha problemática. Propone también insertar cámaras de vigilancia que no estén obsoletas”. (Yunda, Desde la Plaza, 2019)
Teleamazonas segmento “ Conozca a su candidato”	“La seguridad es tema prioritario. Muchas personas dicen que a la alcaldía no le compete la seguridad. Sin embargo el alcalde es el liderazgo que tiene que ejercer, la representación de la ciudad. Tiene que sentarse con el señor Ministro del Interior. A las Fuerzas Armadas le compete el control de armas, sin embargo 7 mil y pico de denuncias de asalto agravado y la mitad de esas denuncias son con arma de fuego. Es decir 3500 armas de fuego están en Quito en manos de los delincuentes. Y a quien le comete eso. Al Ministerio de Defensa, y el Alcalde tiene que sentarse con el señor o señora Ministra de Defensa y decir queremos una ciudad en paz”. (Yunda, Conozca a su Candidato, 2019)
YouTube programa “ Castigo Divino”	“Ubicación de cerca 30000 cámaras en Quito, llamadas el “ Ojo de Dios “, se llama así porque te graba de diferentes ángulos y codifica a la persona que está cometiendo cualquier tipo de crimen. En la ciudad de Quito, existen muchos desaparecidos



	<p>El liderazgo de un alcalde está en coordinar, con todos los estamentos para tener la ciudad más segura del Ecuador. Ministerio del Interior, Ministerio de defensa. El Ministerio de Defensa tiene constitucionalmente el control de armas. El delincuente portar armas.</p> <p>La Policía Nacional, la Policía Metropolitana, Los agentes nacionales de tránsito, Los Bomberos, el Ecu 911, la ciudadanía y la tecnología, todos para bajar los índices de la delincuencia.</p> <p>El país debe protegerse de quienes ingresan a la ciudad”.</p> <p>(Yunda, Castigo Divino, 2019)</p>
--	---

Nota: Elaboración propia.

## Movilidad

En primera instancia Yunda nos habla sobre El metro de Quito y si es que este va a ser una solución para la movilidad en Quito. (Yunda, Desde la Plaza, 2019).

Además hablará sobre el tema del taxismo en donde expone cifras pertinentes sobre cuantos taxis existe en la capital (Yunda, Conozca a su Candidato, 2019)

Por lo tanto pretende crear una plataforma ecuatoriana que competirá con otras plataformas. (Yunda, Castigo Divino, 2019).

*Tabla 3. Yunda habla sobre el tema de movilidad*

Medio de Comunicación	Tema :Movilidad
Gamavisión programa “ Desde la Plaza”	<p>“El metro solo va a solucionar un 10 % a cubrir el transporte público.</p> <p>En el tema de pico y placa, existe aún muchos medios que analizar sobre el tema</p> <p>En el tema de los taxistas, la solución, es la competencia. En donde exista App´s como Uber, pero que se netamente ecuatoriana”.</p> <p>(Yunda, Desde la Plaza, 2019)</p>
Teleamazonas segmento “ Conozca a su candidato”	<p>“Existen 30000 taxis que se han regularizado, sin embargo el candidato no sabe si es un número adecuado y tampoco sabe si deberían ser menos. Pero en la actualidad esta es la realidad.</p> <p>Detrás de esos 30000 vehículos existe una familia y un emprendimiento.</p>

	<p>Propone crear una plataforma digital, que compitan con las demás plataformas, en donde se pueda evaluar la calidad de servicio. Y espera que con el servicio a la ciudadanía se pueda salir adelante. Las plataformas de Uber y Cabify, tendrán que seguir compitiendo. El derecho a elegir.</p> <p>El pasaje de transporte público no se sube solo por percepción, tienen que responder a un tema técnico. Pero primero tenemos que decirle al ciudadano aquí tenemos un transporte público seguro, cómodo, con el número de frecuencias según la cobertura necesaria. Y luego se calculara un precio justo para la ciudadanía y para el transportista”.</p> <p>(Yunda, Conozca a su Candidato, 2019)</p>
<p>YouTube programa “Castigo Divino”</p>	<p>“En el caso del metro y el aeropuerto, hay que administrarlo correctamente. Hay que hacer una alianza público privada.</p> <p>Con respeto al tema de Uber y Cabify, hay que primar el servicio a la ciudadanía y una de las propuestas es realizar una plataforma digital ecuatoriana con el nombre “Chasqui”.</p> <p>Tanto Uber, Cabify y Chasqui, tienen que competir, con el servicio que es importante para la ciudadanía”.</p> <p>(Yunda, Castigo Divino, 2019)</p>

Nota: Elaboración propia.

### Manejo de desechos y /o reciclaje

En este tema el aspirante Jorge Yunda propone que los desechos deberán ser recogidos y clasificados en orgánicos e inorgánicos (Yunda, Desde la Plaza, 2019). Además da ejemplos de cómo sería la recolección de basura.

*Tabla 4. Yunda habla sobre el Manejo de desechos y /o reciclaje*

Medio de Comunicación	Tema :Manejo de desechos y /o reciclaje
<p>Gamavisión programa “Desde la Plaza”</p>	<p>“En el tema de la basura, propone un cambio de sistema total. Propone el reciclaje y una flota de vehículos para que recoja la basura por días, a desechos orgánicos e inorgánicos. Ejemplo: Lunes- Martes- Miércoles: Orgánicos, y los días faltantes inorgánicos”.</p> <p>(Yunda, Desde la Plaza, 2019)</p>
<p>Teleamazonas segmento “Conozca a su candidato”</p>	<p>No menciona el tema.</p>

YouTube programa “Castigo Divino”	“Va a existir una flota de vehículos eficientes y eficaces, para que las 24 horas al día los 365 días del año recoger la basura clasificada. Los lunes-miércoles-viernes y domingos orgánicos. Los martes plásticos, los jueves metales”. (Yunda, Castigo Divino, 2019)
-----------------------------------	--

Nota: Elaboración propia.

## Corporación Canela

El candidato explica que él no está concursando por ninguna frecuencia y que existe un error en Fundamedios ya que en el informe de contraloría dice que Radio Canela S.A, no tiene asignada ninguna frecuencia (Yunda, Desde la Plaza, 2019).

Además explica lo que dicho informe contiene y porque no tiene asignada ninguna frecuencia.  
(Yunda, Conozca a su Candidato, 2019).

Por lo tanto también nos comenta sobre cuantas frecuencias tiene el Ecuador y como se manejen las mismas. (Yunda, Castigo Divino, 2019).

*Tabla 5. Yunda habla sobre el tema de Frecuencias (Corporación Canela)*

Medio de Comunicación	Tema: Frecuencias (Corporación Canela )
Gamavisión programa “Desde la Plaza”	A esto, el candidato responde que él “no está concursando por ninguna frecuencia y que existe un error en Fundamedios. El informe de contraloría dice que Radio Canela S.A, no tiene asignada una frecuencia. Jorge Yunda tiene una marca ecuatoriana que ha podido difundir en todo territorio ecuatoriano y en España. Esa marca es CANELA, y la cual es de derecho privado”. (Yunda, Desde la Plaza, 2019)
Teleamazonas segmento “Conozca a su candidato”	“En el informe de contraloría, certifica que el candidato no tiene asignación de una frecuencia. Pero si es dueño de una empresa privada que ha generado una marca que se ha logrado posicionar en diferentes rincones del Ecuador y uno de ellos también el periodista Jorge Loaiza de Teleamazonas, trabajo en Canela España en Lorca, Murcia, Alicante en el sur de España, en donde hay un empresario ambateño y un empresario español que franquiciaron la marca Canela. Por lo tanto es el único ecuatoriano que ha exportado franquicias y marcas de radiodifusión a otros países. Porque aquí en el Ecuador tenemos

	<p>Disney, 40 principales, radio centro. Tenemos varias franquicias y Jorge Yunda ha generado una franquicia ecuatoriana y esa le ha puesto en diferentes partes del Ecuador. El candidato comenta que el comenzó a hacer radio en la ciudad de Quito, y no en una frecuencia de él, sino en la frecuencia del señor Jaime Mantilla con el que trabajo 13 años, luego conoció a un empresario Luis Gamboa.</p> <p>En el país existen 1378 radios prendidas ilícitas porque el Ecuador es uno de los pocos países que no tienen radios piratas. El señor Gonzalo Rosero le dio la oportunidad de hacer Canela en Ibarra, y así ellos han ido trabajando.</p> <p>Siempre van a estar dispuestos a dar toda la información a todas la autoridades, que nos investiguen, que La UAFE, que la fiscalía. Estamos listos para dar, porque nosotros hemos invertido en el país, hemos generado plazas de empleo, hemos pagado impuestos, hemos respetado los derechos laborales.</p> <p>En el caso de la dirección del CORNATEL, la ley no le impedía, el consejo de radiodifusión y televisión estaba conformada por el ministro de educación, por el jefe del comando conjunto, presidente de AR, presidente de la asociación de canales, el súper intendente de telecomunicaciones, y Jorge Yunda. Seis miembros. Ahí también se dice, que el candidato se cogió frecuencias cuando fue presidente del CORNATEL, lo cual es imposible y además nunca lo haría, porque tendría que haber convencido a los otros cinco miembros para poder coger una frecuencia. Y si se la hubiese cogido está seguro que los organismos de control y los radiodifusores ya lo hubiesen denunciado”.</p> <p>(Yunda, Conozca a su Candidato, 2019)</p>
<p>YouTube programa “ Castigo Divino”</p>	<p>“Jorge Yunda en primera instancia comenta que inicia con su proyecto Canela, en la ciudad de Ibarra con el señor Gonzalo Rosero.</p> <p>En el Ecuador existe franquicias internacionales como 40 principales, Exa, Disney, Radio Centro, Radio City.</p> <p>Y el candidato crea una franquicia llamada Canela, la cual ha podido repartir al territorio ecuatoriano.</p> <p>En las radios, en donde Yunda ha colaborado tienen más de 15 años de existencia.</p> <p>Recalca que él no es dueño de ninguna frecuencia pero si gerencia el contenido de las mismas.</p> <p>Existen aproximadamente 22 frecuencias de la corporación Canela.</p> <p>Que un político maneje una corporación de medios de comunicación, para Yunda no genera conflictos de interés, ya que el Ecuador es uno de los pocos países que no tiene radios piratas. Además el contenido de la corporación canela es de entretenimiento.</p> <p>Según el informe de contraloría, dice que Jorge Yunda es accionista y propietario de radio Canela S.A, y a renglón seguido del informe dice que radio Canela S.A, no tiene asignada una frecuencia.</p> <p>En el Ecuador no existen medios públicos, sino medios gubernamentales. Esto quiere decir que existen medios que responde al gobierno de turno.</p> <p>Comenta que Jorge Loaiza gerenciaba Radio Canela en España.</p>

	Canela TV, pertenece al empresario Carlos Aguirre Navarrete, que fue concesionado en el 95 y que se llamaba Telepatin de Guayaquil. Ahí Jorge Yunda le pone una marca, para hacer contenidos de entrenamiento “. (Yunda, Castigo Divino, 2019)
--	--

Nota: Elaboración propia.

## Debates y /o diálogos con otros candidatos

Conforme al tema de debates y /o diálogos con otros candidatos, Yunda explica las veces que ha debatido con otros candidatos políticos para la sumarse al puesto de Alcalde de la ciudad de Quito.

Además comenta los conversatorios que realizó con que personaje y los temas tratados en dicho diálogo.

Aquí pudimos observar que el candidato a la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito, si obtuvo diferentes debates y conversatorios a nivel nacional con diferentes políticos, con el objetivo de mejorar a la capital de los ecuatorianos.

*Tabla 6. Yunda habla sobre el tema Debates y /o diálogos con otros candidatos*

Medio de Comunicación	Tema: Debates y /o diálogos con otros candidatos
Gamavisión programa “Desde la Plaza”	No menciona el tema.
Teleamazonas segmento “Conozca a su candidato”	Cometa que “tres veces ha debatido con otros candidatos una en foro de la salud en el antiguo hospital Eugenio Espejo, debatió en radio democracia, debatió vía telefónica, le realizaron una invitación en la cámara de comercio pero se encontraba en México tratando temas de fauna urbana. Y cuando Gissella Bayona lo llamo a invitar a su programa para debatir con el General Paco Moncayo, el candidato Jorge Yunda estuvo de acuerdo ya que para él un debate es la esencia de la democracia y ciudadanía tiene el derecho de conocer las propuestas y los proyectos de cada candidato.

	Cabe recalcar que pocos días antes de la entrevista el General Paco Moncayo, llamo a la periodista a cancelar dicho debate y le recalco que él le daba una entrevista sin ningún candidato”. (Yunda, Conozca a su Candidato, 2019)
YouTube programa “Castigo Divino”	“Realizó un conversatorio con Jaime Nebot, en donde el doctor Yunda comenta que es importante mantener una conversación con otros políticos. Fue una conversación amena. También comenta el candidato que es importante emular las cosas buenas de otras ciudades en este caso de Guayaquil “. (Yunda, Castigo Divino, 2019)

Nota: Elaboración propia.

### **Campaña electoral**

No fue tradicional. Por ejemplo pegando banderas, ni afiches en los postes, en la vía pública en los pasos a desnivel. La campaña de Jorge Yunda lo ha hecho con música y con arte, con la ayuda de diversos cantantes y bandas musicales. (Yunda, Conozca a su Candidato, 2019).

Además se pudo observar que “la campaña la estaba realizando por medio de redes sociales” (Yunda, Castigo Divino, 2019).

*Tabla 7. Yunda habla sobre su campaña electoral*

Medio de Comunicación	Tema: Campaña Electoral
Gamavisión programa “Desde la Plaza”	No menciona el tema.
Teleamazonas segmento “Conozca a su candidato”	“La campaña de Jorge Yunda, no fue tradicional. Por ejemplo pegando banderas, ni afiches en los postes, en la vía pública en los pasos a desnivel. La campaña de Jorge Yunda lo ha hecho con música y con arte. Él es músico y en su juventud formo en grupo Sahiro. Por lo tanto los compañeros de este grupo lo acolitaron para subirse al escenario, a parte su hijo conforma un banda 4 AM. En el caso de Américo Jorge Yunda lo promociono en el Ecuador, a lo que el cantante respondió Jorge cuando quieras yo estaré ahí. Tienes que pagar los boletos aéreos, pagar la estadía, el cache de los músicos. Pero no es un tema empresarial, es un tema de ayuda. Que hasta el mismo cantante lo ha recalcado “. (Yunda, Conozca a su Candidato, 2019)

YouTube programa “Castigo Divino”	“La campaña la está realizando por medio de redes sociales”. (Yunda, Castigo Divino, 2019)
-----------------------------------	---

Nota: Elaboración propia.

## Fauna

Ante esta problemática Yunda toma dos temas de importantes: el primero se refiere como los perros callejeros afecta a la salud pública de la capital y da cifras alarmantes del excremento que estos animales producen. En segunda instancia también nos comenta la solución a esta problemática. (Yunda, Conozca a su Candidato, 2019).

*Tabla 8. Yunda habla sobre sobre el tema de fauna*

Medio de Comunicación	Tema: Fauna
Gamavisión programa “Desde la Plaza”	No menciona el tema.
Teleamazonas segmento “Conozca a su candidato”	“Existen más de 60000 perritos abandonados en todo el Distrito Metropolitano de Quito. Es un problema de salud pública, cada animalito produce de 40- 50 gramos de excremento. Hay toneladas de excremento en toda la ciudad de Quito. Es un tema de sensibilidad también. Existe un proyecto del manejo de la fauna urbana. Dos clínicas móviles para esterilización masiva, hospitales públicos veterinarios y campañas permanentes de adopción y de tenencia responsable”. (Yunda, Conozca a su Candidato, 2019)
YouTube programa “Castigo Divino”	“Este tema es un problema de salud pública. Existen como 60000 perritos abandonado, que la mayoría de ellos tuvieron dueño. Cada vereda y parque de Quito es con excremento. Cada perrito produce de 40- 50 gramos de excremento. Quito tiene como 20 toneladas alrededor del Distrito Metropolitano y al secarse eso va a los pulmones y transmite enfermedades. Por lo tanto realizara tres hospitales veterinarios públicos y dos clínicas móviles de esterilización. Esto va a ser financiado por una empresa privada. También es un problema de sensibilidad ya que la violencia se genera primero maltratando a los animales”. (Yunda, Castigo Divino, 2019)

Nota: Elaboración propia.

## **Análisis de diferencias**

Los temas que se trataran en el cuadro de diferencias son temas de popularidad y de importancia para la sociedad quiteña, los cuales serán:

- ✓ Seguridad
- ✓ Movilidad
- ✓ Manejo de desechos y /o reciclaje
- ✓ Fauna
- ✓ Partidos Políticos
- ✓ Campaña Electoral
- ✓ Frecuencias o Corporaciones

En este segmento también se analizará si los otros candidatos marcan diferencias frente a las propuestas de Yunda y si éste se refiere de la misma manera a los otros contendores políticos.

## **Cuadro de diferencias**

Los candidatos a parte de Jorge Yunda, más populares que se disputaron la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito fueron: Luisa Maldonado, Paco Moncayo y César Montúfar (Consejo Nacional Electoral, 2019).

*Tabla 9. Partidos políticos de los tres candidatos más populares*

Tema	Partidos Políticos
Luisa Maldonado	MOVIMIENTO FUERZA COMPROMISO SOCIAL (Consejo Nacional Electoral, 2019)
Paco Moncayo	ALIANZA IZQUIERDA DEMOCRÁTICA - DEMOCRACIA SÍ – VIVE (Consejo Nacional Electoral, 2019)
César Montúfar	MOVIMIENTO CONCERTACION (Consejo Nacional Electoral, 2019)

Nota: En el caso de cada uno de estos candidatos, podemos observar que participaron para la Alcaldía con sus partidos políticos, a diferencia de Yunda que fue invitado de Unión ecuatoriana.



*Tabla 10. Los candidatos más populares hablan sobre seguridad*

Tema	Seguridad
Luisa Maldonado	Desde el Municipio se va a generar 10.000 fuentes de trabajo para eliminar la inseguridad (Maldonado, Castigo Divino, 2019). Ejemplo: Construyendo por ejemplo viviendas (Maldonado, Conozca a su candidato, 2019). Construcción de dos parques industriales (Maldonado, Desde la plaza, 2019).
Paco Moncayo	No menciona el tema
César Montúfar	Junto al Ministerio del Interior y la Comandancia de la Policía, y tomar el control para revisar los sitios más inseguros de la ciudad, y demandar a la policía nacional una atención indirecta y directa (Montúfar, 2019).

Nota: Elaboración propia.

*Tabla 11. Los candidatos más populares hablan sobre movilidad*

Tema	Movilidad
Luisa Maldonado	En el caso del taxismo informal, pretende legalizar a todos los taxistas y eliminar las plataformas de Uber y Cabify porque no tienen ninguna relación laboral. El caso del metro es un pretexto para re organizar todo el sistema de movilidad.
Paco Moncayo	En el plan de movilidad tienen un plan completo para hacer operar un sistema sustentable de transporte que implica, metro, trole, corredores metropolitanos y alimentadores para llegar a todo Quito. (Moncayo, Castigo Divino, 2019) En el caso del taxismo informal, hay que realizar una auditoria con Contraloría. (Moncayo, Conozca a su candidato, 2019) En el caso de Uber y Cabify, no pueden prestar un servicio público sin ninguna norma por lo tanto deben tener una regularización. (Moncayo, Desde la Plaza, 2019)
César Montúfar	El metro tiene que ser la base en la organización de movilidad. Es parte de la solución que conforma un sistema integrado de transporte público (Montúfar, 2019).

Nota: Elaboración propia.

*Tabla 12. Los candidatos más populares hablan sobre el Manejo de desechos y/o reciclaje*

Tema	Manejo de desechos y/o reciclaje
Luisa Maldonado	Va a generar desde la basura trabajo y riqueza. (Maldonado, Castigo Divino, 2019)
Paco Moncayo	Si Emaseo no funciona, la recolección de basura va a poner en manos de las propias parroquias y administraciones zonales. (Maldonado, Conozca a su candidato, 2019) Y contratara una empresa que si quiera hacerse cargo de la recolección. También se reciclara por orgánicos, no orgánicos y peligrosos (Moncayo, Castigo Divino, 2019).
César Montúfar	Es necesario constituir un sistema de manejo de residuos sólidos. En este sistema integral tienen que conciliar cuatro actores fundamentales Municipio de Quito, realizar alianzas públicas privadas a través de concesiones y podemos avanzar hacia a industrialización de la basura (Montúfar, 2019).

Nota: Elaboración propia.

*Tabla 13. Los candidatos más populares hablan sobre la fauna*

Tema	Fauna
Luisa Maldonado	Ante este tema, la candidata comenta que ella no está de acuerdo en las corridas taurinas, y que permanecerá La ley que prohíbe este espectáculo en la fiesta de la capital. (Maldonado, Castigo Divino, 2019)
Paco Moncayo	No menciona el tema
César Montúfar	No menciona el tema

Nota: Elaboración propia.

## **Características**

Una de las características más importantes de Jorge Yunda Machado es la campaña electoral que realizó para la alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito. Dicha campaña no fue convencional ya que utilizó las redes sociales y el diálogo frente a frente para realizar dicha campaña.

Según el medio de comunicación escrito El Comercio: Yunda se apoya en redes sociales. En Facebook y Twitter, las cuentas Panas de Jorge Yunda se mantienen activas desde la campaña electoral. Reuniones con gremios, eventos municipales y noticias se publican a diario. En la cuenta de Facebook, creada en noviembre del 2016, tiene 85 452 seguidores. La cuenta de Twitter, creada en julio del 2017, tiene 8 230 seguidores. En su cuenta personal @lorohomero hay 328 000 seguidores. (El Comercio, 2019).

Otro de los mecanismos que el Alcalde de Quito utiliza es el contacto ‘frente a frente’ con la comunidad. Es frecuente que realice visitas a barrios o ligas deportivas y converse con los pobladores. Entre los barrios que visitó en candidato son el barrio Osorio, Quitumbe, La Merced; e incluso, recorrió los barrios altos del Ilaló. Llega, escucha, hace bromas, todos ríen, hace ofrecimientos y la gente se muestra conforme. (El Comercio, 2019).

Otra de las características de la campaña de Jorge Yunda, fue las presentaciones con su antiguo grupo “Sahiro”. En la red social del YouTube podemos encontrar un video del concierto “Quito Canta” 2019, en donde el aspirante toca el bajo y canta con este grupo musical aproximadamente en los 14.20 minutos del contenido visual.<sup>3</sup> En el mismo video también se puede visualizar el logo de la lista 19 en la cual pertenece el candidato Jorge Yunda para alcalde de la capital. El mismo logo y propaganda de esta lista la podemos mirar en la parte de la pantalla de dicho concierto.

En segunda instancia como característica podemos mencionar que dicho candidato, es un gran empresario. Por esta razón ha llegado a ser accionista de la “corporación canela”. Sin embargo como pudimos observar con anterioridad este tema es uno de los más polémicos para Jorge

---

<sup>3</sup> La duración de este medio audiovisual es de 32.17. Link del concierto: [https://www.youtube.com/watch?v=JFHVQE\\_l0ns](https://www.youtube.com/watch?v=JFHVQE_l0ns).

Yunda en su campaña electoral. Ante esto ninguno de los candidatos se ha determinado a dar su opinión sobre este tema.

## **Conclusión**

En la presente investigación se realizó un análisis del discurso en donde se empleó determinadas estrategias discursivas, por medio de las cuales se ubicaron discursos en un marco socio-político, el cual permitió delimitar el discurso electoral del candidato Jorge Yunda.

Dicho esto y entendiendo el discurso popular de Yunda podemos decir que:

- El discurso que maneja el doctor Jorge Yunda Machado, fue simple y conciso al momento de referirse con temas de gran importancia e impacto social para la ciudadanía quiteña. El lenguaje coloquial que Yunda cultivó durante varios años como locutor le sirvió para transmitir con claridad sus propuestas a los quiteños. Esta situación marca una gran diferencia frente a los otros candidatos.
- El discurso del aspirante no solo fue para un grupo específico de ciudadanos, al contrario, podemos observar en los tres medios de comunicación audiovisuales que hace un llamado al pueblo quiteño sin importar, nivel social y /o económico por su lenguaje es sencillo, explicativo y repetitivo en los tres medios de comunicación. Es decir, buscó construir un pueblo unido para sacar adelante a su ciudad.
- Es el único candidato que habla y se preocupa por una problemática de salud pública que sufre la ciudad a causa de los perros callejeros que habitan en la capital de los ecuatorianos. Ante este problema Yunda entrega soluciones a corto y largo plazo para mejorar a la sociedad y defiende el respeto que se debe tener hacia otros seres vivos. Este es elemento también es altamente diferencial frente a los otros candidatos.
- Se pudo evidenciar que el candidato, entiende las problemáticas de la ciudad de Quito, como son los problemas graves de inseguridad, manejo de desechos, transporte público y movilidad. Para cada uno de estas problemáticas Yunda tiene una solución.

- El doctor Jorge Yunda, es un personaje muy popular para la sociedad quiteña, esto se da gracias a su amplia experiencia en diferentes medios de comunicación de la “Corporación Canela” dónde se hizo popular con el personaje “Loro Homero”. Por lo general en estos espacios de radiodifusión hacen relevancia a problemáticas de la ciudad y por su puesto son programas de diversión para el público quiteño. Un ejemplo claro de esto es que la “Radio Canela” organiza campeonatos de ecuavóley, otorgando como premio monetario al primer lugar. Es por estas razones que Jorge Yunda, es una persona pública y reconocida dentro del cabildo quiteño. Lo que ayudó al candidato a ganarse el cariño de la gente y experimentar los problemas que soporta la capital día a día, a diferencia de otros candidatos que saben los problemas que existen pero lo viven diariamente.

De igual forma esta estrategia le sirvió para dar a conocer su gestión en recorridos de campo y eventos organizados por la “Corporación Canela”. Dichos eventos son encuentros deportivos y conciertos.

Uno de los principales temas tomados en cuenta en los tres medios de comunicación, que llegó a ser polémico y por esperado por el público quiteño fue el informe de Contraloría el informe de la Contraloría hacia la “Corporación Canela”, en donde señalaba al candidato, y se lo acusaba de obtener varias frecuencias de radio difusión en el Ecuador. A esta dificultad Yunda, supo explicar en primera instancia lo que contenía el informe de Contraloría, y que él no es dueño de ninguna frecuencia, pero si gerencia el contenido de las mismas (Yunda, Castigo Divino, 2019).

Para concluir con este análisis, se puede decir que Jorge Yunda es un personaje de gran relevancia por su popularidad ganada en espacios de entretenimiento lo que le ayudó a enfrentar

a espacios políticos y de gobernabilidad, logrando posicionarse como alcalde de Quito para el periodo 2019-2023. Además, como autora de la investigación, pretendo marcar un precedente que permita abrir el camino a futuras investigaciones sobre temas relacionados al análisis de discurso político en la ciudad de Quito. De igual manera un preámbulo para lo que podría resultar en una investigación o análisis de la gestión del doctor Jorge Yunda Machado, como alcalde del Distrito Metropolitano de Quito. Otro punto que debe ampliarse es la investigación sobre campaña en redes sociales como Facebook y Twitter, habría ayudado a generar un proceso de retroalimentación de sus declaraciones en los diferentes medios de comunicación ya mencionados anteriormente.

## Referencias

- Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación. En J. L. Abreu, *El Método de la Investigación*.
- Aguiar Mariño, N., & Sánchez Montoya, R. (2018). La Importancia de la teoría del discurso de Ernesto Laclau y un esbozo de su potencial relación con los estudios de comunicación. *Comunicación y música: mensajes, manifestaciones y negocios* (págs. 613-627). Tenerife: Universidad de La Laguna.
- Aruguete, N., & Riorda, M. (24 de Febrero de 2016). *Communication & Society*. Obtenido de Communication & Society: <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/41903/1/10.pdf>
- Ascanio, A. (S/F). Análisis de contenido del discurso político. En A. Ascanio, *Análisis de contenido del discurso político* (pág. 135). Caracas: EQUINOCCIO Editorial de la Universidad Simón Bolívar.
- CCG. (26 de enero de 2020). *La web de las bibliografías* . Obtenido de La web de las bibliografías :  
[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ndR\\_xjgZRmEJ:www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show%3Fkey%3Djijon-y-caamanno-jacinto+%&cd=6&hl=es&ct=clnk&gl=ec](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ndR_xjgZRmEJ:www.mcnbiografias.com/app-bio/do/show%3Fkey%3Djijon-y-caamanno-jacinto+%&cd=6&hl=es&ct=clnk&gl=ec)
- Consejo Nacional Electoral. (2019). *CNE*. Obtenido de CNE:  
<https://resultados2019.cne.gob.ec/>
- Dijk, T. A. (1999). El análisis crítico del discurso. En T. A. Dijk, *El análisis crítico del discurso* (pág. 18). Barcelona: Anthropos.



Dijk, T. A. (2000). *Estudios sobre el Discurso II Una introducción multidisciplinaria*.

Barcelona: Gedisa.

Dijk, T. A. (2009). *Discurso, Poder y Cognición Social*. Barcelona: Gedisa.

El Comercio. (19 de Junio de 2019). El alcalde Jorge Yunda usa tres vías para comunicarse con la comunidad. *El comercio*.

El Comercio. (S/F). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio:

<https://especiales.elcomercio.com/2014/02/timeline-alcaldes/>

Entonado, F. B. (2001). *Sociedad de la información y educación* . Mérida: TAJO

GUADIANA, Artes Gráficas .

Espina, A. F. (2004). *EL DERECHO DE ACCESO*. Unesco.

Gialdino. (1998). La contruccion de representaciones sociales, discurso politico y prensa escrita. En Gialdino, *La contruccion de representaciones sociales, discurso politico y prensa escrita* (pág. 186). Barcelona: Gedisa.

GK. (22 de Febrero de 2019). *GK*. Obtenido de GK: <https://gk.city/2019/02/22/quienes-son-candidatos-alcalde-quito-2019/>

Guevarra, A. (2010). Análisis del discurso político. En G. A, *Análisis del discurso político*.

México, D.F: Trillas, S.A. de C.V.

López, G. (Julio de 2017). *Observatorio*. Obtenido de Observatorio:

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/jul/01.pdf>

Maldonado, L. (12 de Marzo de 2019). Castigo Divino. (L. E. Vivanco, Entrevistador)

Maldonado, L. (12 de Marzo de 2019). Castigo Divino. (L. E. Vivanco, Entrevistador)

Maldonado, L. (12 de Marzo de 2019). Conozca a su candidato. (G. Bayona, Entrevistador)

- Maldonado, L. (14 de Marzo de 2019). Desde la plaza. (R. Garzón, Entrevistador)
- Malmberg, B. (2003). *Los nuevos caminos de la lingüística*. Buenos Aires: siglo xxi editores, s.a de c.v.
- Messina, L. A. (2016). *El lenguaje político. Características y análisis del discurso político con ejercicios y clave*. Milano: Maggioli.
- Molina, O. &. (31 de Julio de 2016). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc:  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64931834017>
- Moncayo, P. (12 de Enero de 2019). Castigo Divino. (L. E. Vivanco, Entrevistador)
- Moncayo, P. (16 de Enero de 2019). Castigo Divino. (L. E. Vivanco, Entrevistador)
- Moncayo, P. (20 de Marzo de 2019). Conozca a su candidato. (G. Bayona, Entrevistador)
- Moncayo, P. (2019 de Marzo de 2019). Desde la Plaza. (R. Garzón, Entrevistador)
- Montúfar, C. (2019). Desde la Plaza. (R. Garzón, Entrevistador)
- Parga, J. S. (2009). Democracia Caudillista. Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades. En J. S. Parga, *Democracia Caudillista. Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades* (págs. 186-214). Ecuador.
- S/N. (14 de Mayo de 2019). *Cálculo Electoral*. Obtenido de Cálculo Electoral:  
[https://ecuador.calculoelectoral.com/2019/editoriales/resultados\\_elecciones\\_alcalde\\_Quito\\_2019\\_parroquias.html](https://ecuador.calculoelectoral.com/2019/editoriales/resultados_elecciones_alcalde_Quito_2019_parroquias.html)
- Van-Dijk, T. A. (2016). Análisis Crítico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 20.
- Yunda, J. (7 de Marzo de 2019). Candidato a la alcaldía de Quito. (R. Garzón, Entrevistador)
- Yunda, J. (29 de Enero de 2019). Castigo Divino. (L. V. Eduardo, Entrevistador)

Yunda, J. (21 de Marzo de 2019). Conozca a su Candidato. (G. Bayona, Entrevistador)

Yunda, J. (7 de Marzo de 2019). Desde la Plaza. (G. Rommel, Entrevistador)